

NUMÉRO 2 / AVRIL 2015

FOOD & COFFEE

www.foodcoffeemarkets.fr

Markets

p36

Dossier

Easymeal ou l'autre façon de se restaurer

p8

Planet

Daunat met les petits plats dans les grands

p40

Cash & Cashless

Et si l'avenir de la gestion passait par les micro markets ?

le magazine des nouveaux instants de consommation

6€



Rheavendors France présente sa Coffee Station

Les corner coffee sont aujourd'hui une des tendances du marché. Dans un contexte de montée en gamme des offres café sur le marché français Rheavendors France a travaillé un concept « corner » permettant de décliner une qualité de prestation en phase avec les attentes des consommateurs.

Le corner coffee ou la coffee station sont aujourd'hui des termes en vogue. Alors que les salons de café et autres coffee-shop fleurissent en France (les marchés anglo-saxons et nord-européens ont déjà

depuis plus de dix ans sauté le pas), le monde de l'entreprise reste aujourd'hui centré autour des offres de cafétéria collective ou des distributeurs automatiques traditionnels. Le consommateur aspire à du changement et le revendique. Cet état de fait se traduit déjà au domicile avec la prolifération des machines à capsules. Si bien que pour les Français la montée en gamme des boissons chaudes s'est traduite d'une part par l'offre café portion au domicile et l'offre boissons gourmandes urbaines avec le déploiement d'enseignes comme Starbucks.

Cette tendance induit aussi des comportements bien spécifiques : Chez Starbucks on choisit sa boisson qui est préparée et personnalisée devant vos yeux. Avec Nespresso ou tout autre concept capsule chacun a le loisir de se

préparer son espresso à sa manière : plus ou moins allongé, sucré ou non tout en choisissant son profil de café préféré. Bref l'instant café devient un vrai moment de pause ou le convive « prend le temps » de réaliser « sa » boisson.

#1. Le Premium en ligne de mire

Pour répondre à cette tendance croissante Rheavendors a imaginé un concept inédit de Coffee Station permettant aux professionnels de transcrire ces tendances au travers d'un corner coffee. « Nous pensons qu'il existe une réelle opportunité d'apporter un principe de pause premium en entreprise », explique Thierry Collen, directeur général de Rheavendors France. Et de fait les visiteurs du Forum de la DA de Monaco comme les visiteurs de Vending Paris ont

Nous souhaitons apporter un niveau de **prestation et de réalisation encore inégalé** en vending tout en adaptant notre approche aux **impératifs de gestion** et de la vie en entreprise

pu découvrir un concept inédit travaillé par la filiale française de corner coffee made in Rheavendors. Ce dernier se décline autour d'une XS professionnelle associée à un meuble design pensé et réalisé afin de mettre en valeur la prestation. Développé en collaboration avec un cabinet de design et d'architecture, il utilise des matériaux nobles issus des nanotechnologies et utilisé par les professionnels de la cuisine. « Nous souhaitons apporter un niveau de prestation et de réalisation encore inégalé en vending tout en adaptant notre approche aux impératifs de gestion et de la vie en entreprise » explique Thierry Collen.

#2. Un concept « léché »

Le résultat est de très belle facture. Non seulement le meuble est particulièrement soigné mais de plus, il intègre des logements pensés pour les professionnels, comme un compartiment technique sur rail coulissant dédié à la récupération des eaux usées, du marc de café et la possibilité d'installer un réservoir de 25 litres d'eau ; et enfin des espaces de rangements pour les consommables et les produits d'entretien professionnels... Sans oublier une offre de distribution de gobelets de taille différente par exemple. La XS Pro pour sa part, répond à un besoin d'offre de recettes larges et gourmandes construites autour de l'espresso, des boissons lactées ou chocolatées. Techniquement la XS Pro renferme le nouveau groupe café Variflex de Rheavendors qui permet de réaliser un espresso dans les règles de l'art mais également des café plus allongés ; ce dernier pouvant infuser jusqu'à 15 g de café moulu à base de grain. Parallèlement elle offre une palette de boissons gourmandes avec une réalisation et un rendu visuel optimisés allant jusqu'à une stratification des ingrédients comme la mousse de lait afin de restituer des boissons façon coffee-shop. L'association meuble/dispenser s'entend aussi en termes de design homogène avec une unité de palette de couleurs argentées et

sombre du plus bel effet. « Nous souhaitons un ensemble cohérent qui puisse se suffire à lui-même et s'intégrer facilement dans différents types d'environnement. » précise Thierry Collen.

#3. Une invitation à la dégustation

L'ensemble corner est du reste centré autour de la notion de convivialité et de la pause gourmande. Ainsi chacun peut se construire sa boisson au gré de ses envies. Pour cela le meuble peut accueillir un « module gobelets » de différentes tailles (10cl, 15cl et 25cl) doté d'un tiroir pour les spatules et le sucre. Ce corner va même jusqu'à proposer des solutions d'aromatization via un présentoir de sirops aromatisés MONIN qui permet de venir adjoindre une touche noisette, caramel, vanille à sa boisson en mode « Do It Yourself », tout comme le proposent aujourd'hui les enseignes de coffee shop. Chaque client peut alors ajouter sa petite touche personnelle. Cette approche doit permettre aux professionnels de la gestion de proposer une prestation personnalisée et personnalisable en entreprise. Alors que l'automate traditionnel fournit une prestation achevée, le corner quant à lui permet à chaque convive de se préparer son café, son cappuccino, sa préparation lactée voire aromatisée. Plus encore XS Pro peut s'adjoindre des modules complémentaires comme un petit distributeur de sachets de thés afin de répondre à une demande spécifique d'amateurs de thés et d'infusions. Tout concourt à satisfaire une demande de consommateurs avertis et exigeants.

#4. Une approche inédite en gestion

La Coffee Station Rheavendors entend apporter une approche de gestion permettant aux professionnels de valoriser leurs offres. « Nous sommes convaincus que cela doit permettre aux professionnels d'apporter un service complémentaire à leur clientèle. Le Coffee bar procure, dans des environnements tertiaires ou des espaces de direction, un niveau de prestation exclusif et spécifique. Plus encore

elle viendra naturellement en complément d'automates déjà en place et apportera une offre premium en alternative aux prestations déjà proposées. Le mode de gestion a du reste été pensé dans ce sens car muni d'une solution de paiement adaptée, elle s'intègre naturellement dans les pratiques de full service. Les grandes capacités des bacs produits (2 kg pour le café, 2,2 kg pour le chocolat et 0,8 kg pour le lait) permettent de rationaliser les passages des opérateurs. La logique qui soutient cette approche est de permettre aux professionnels de venir proposer au sein de leurs offres une prestation premium adossée à des prix de vente bien différenciés. L'avantage du Coffee bar est de proposer un niveau de prestation adossé aux pratiques des coffee-shop qui tirent aujourd'hui le marché français ; et donc de placer les consommateurs dans ce référentiel de prix... Au final, le consommateur comme le professionnel sont gagnants car chacun bénéficie de la montée en gamme. »

